

# Agenda

### 1. Begrüssung

Konrad Graber, Präsident des Verwaltungsrats

### 2. Übersicht Geschäftsjahr 2019

Urs Riedener, CEO

### 3. Jahresergebnis 2019

Ricarda Demarmels, CFO

### 4. Erfolgsfaktoren

Urs Riedener, CEO

### 5. Ausblick

Urs Riedener, CEO









Konsequente Strategieumsetzung

### **Strategische Fortschritte**

- Stärkung Wachstumsmärkte, Markengeschäft, Spezialitätenkäse und strategische Nischen
- Gezielte Akquisitionen unterstützen die Strategie

### Solides Ergebnis im Rahmen der Erwartungen

- Erfreuliches organisches Umsatzwachstum
- Solides Resultat im Rahmen der eigenen Erwartungen
- Resilientes Produkt- und Firmenportfolio

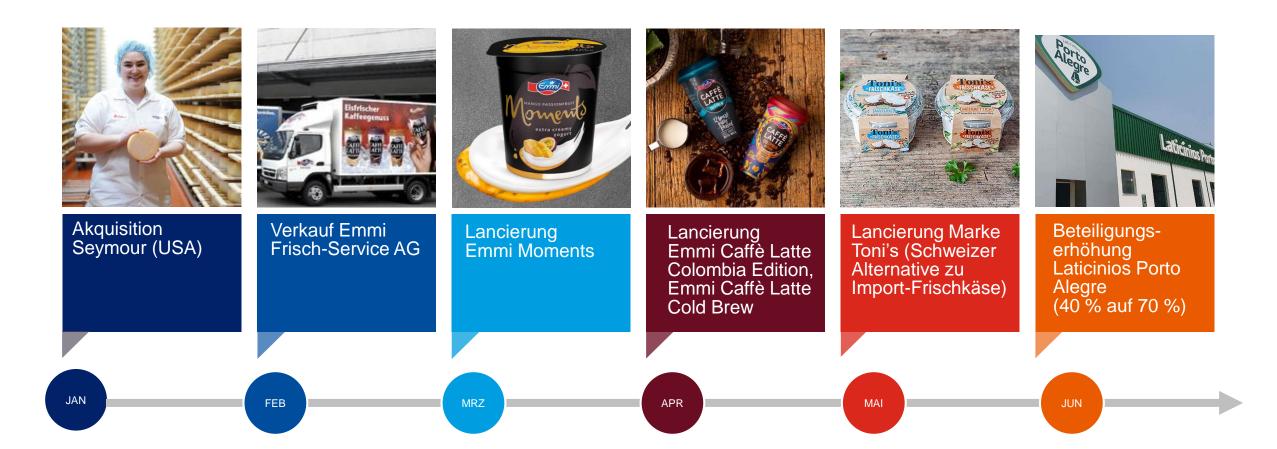
### **Anpassung Dividendenpolitik**

 Aufgrund der erfolgreichen Entwicklung von Emmi und der soliden Kapitalbasis ist es möglich, die Dividende zu erhöhen.





### Das Jahr im Rückblick 1/2





### Das Jahr im Rückblick 2/2



Akquisition Pasticceria Quadrifoglio



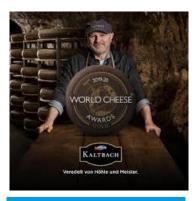
Hauptsponsor
3-fache Weltmeisterin und
Olympiasiegerin
Wendy Holdener



Zusammenschluss Surlat und Quillayes (Chile)



Lancierung weiterer Proteinprodukte (Schweiz, Österreich)



World Cheese Awards: 26 Auszeichnungen für Emmi Käsespezialitäten



Rekordmilchmenge Käserei Landquart (Raclette, Grosslochkäse)

JUL

JUL

AUG

SEP

OKT

NOV



# Strategische Säulen...



Starker Heimmarkt



Wachstum international

2



Kostenmanagement

3



1

## ...und strategische Nischen

Ziegenmilch



**Desserts** 



### Organisches Umsatzwachstum von 2.2 %



Nettoumsatz

Wachstum: +1.1 %

Organisch: +2.2 %



### **EBIT**

Anstieg: 0.5 %

EBIT-Marge: 6.2 % (2018: 6.3 %)



Dividende



166.2 Mio. CHF

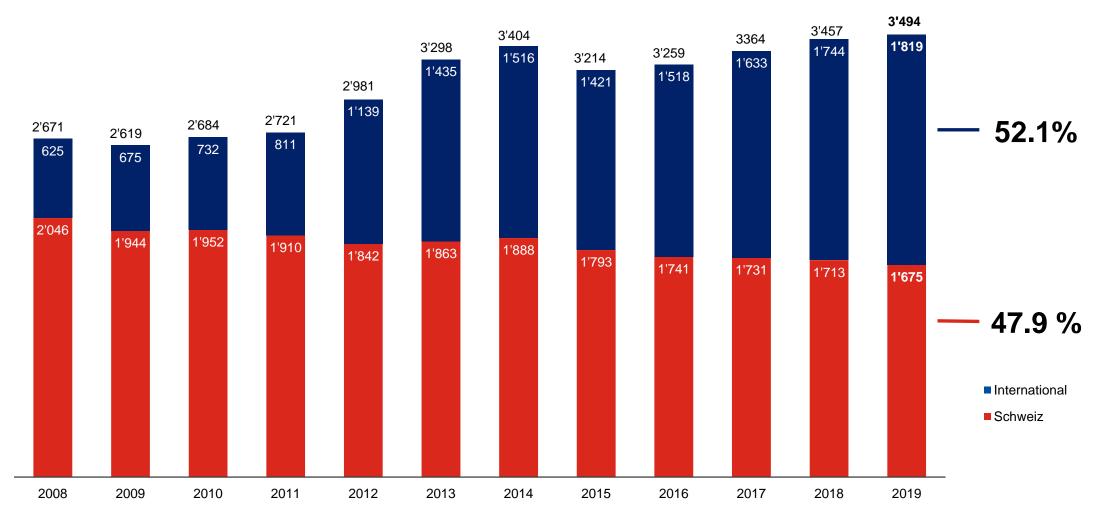
### Reingewinn

Rückgang: 5.3 %

Reingewinn-Marge: 4.8 % (2018 bereinigt: 5.1 %)

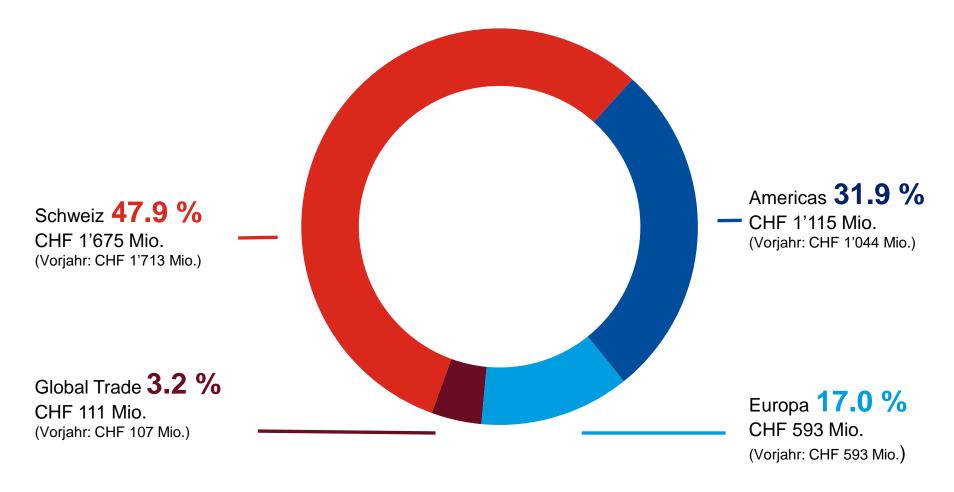


# **Erfolgreiche Internationalisierung**





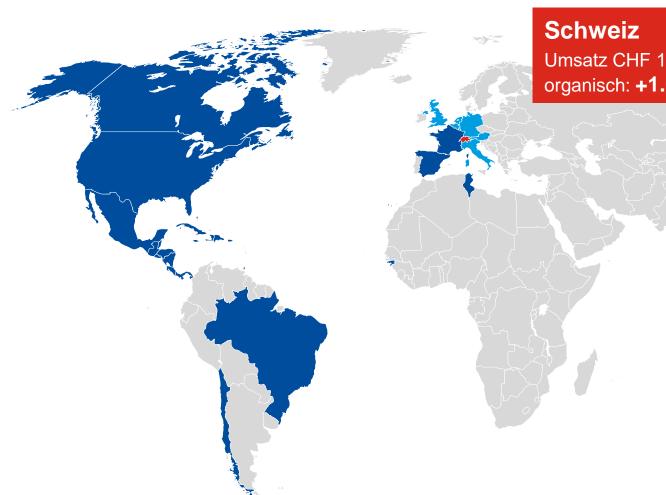
### **Umsatz nach Divisionen**



Top 5:
Schweiz
USA
Spanien
Deutschland
Italien



## Umsatzsplit nach Divisionen



Umsatz CHF 1'675 Millionen organisch: +1.0 %

### **Americas**

Umsatz CHF 1'115 Millionen organisch: +4.1 %

### Europa

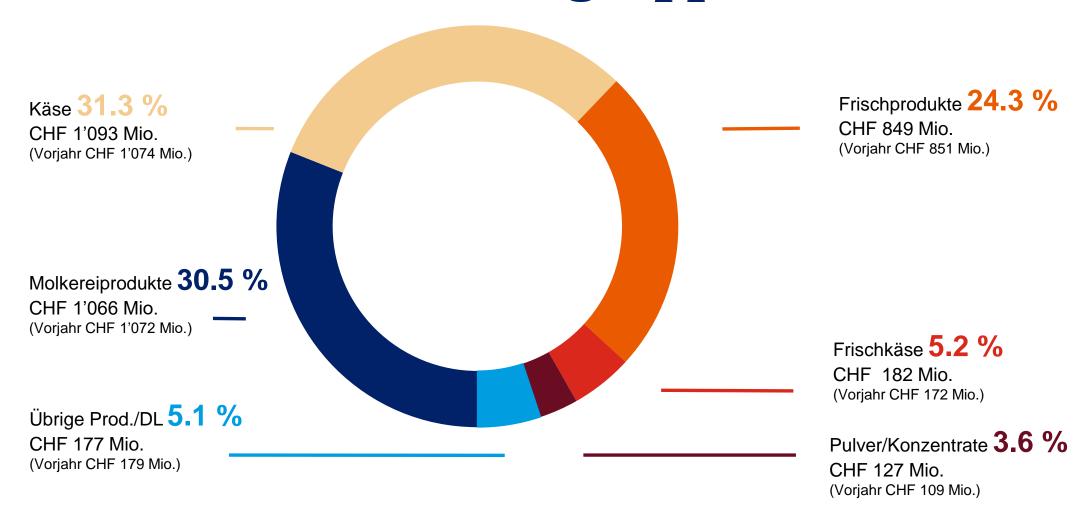
Umsatz CHF 593 Millionen organisch: +1.6 %

### **Global Trade**

Umsatz CHF 111 Millionen organisch: +5.8 %



### Umsatz nach Produktgruppen





# Seit gut 2 Jahren über 2 % organisches Wachstum

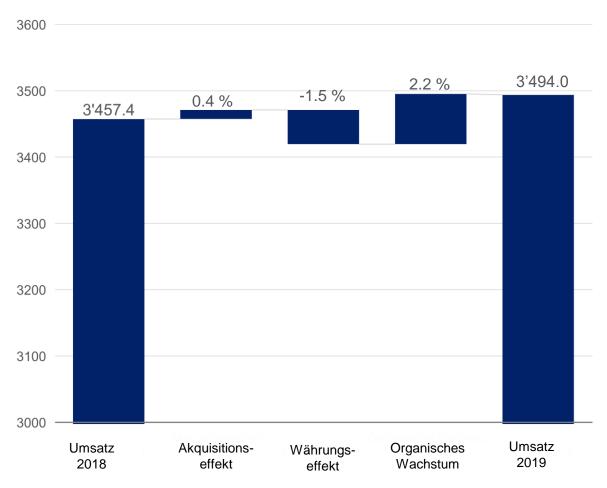
in CHF Mio.	2019	2018	2017	2016	2015	2014*
Nettoumsatz	3'494	3'457	3'364	3'259	3'214	3'404
organisches Wachstum	2.2 %	2.3 %	0.5 %	-1.0 %	-3.0 %	3.0 %
Betriebserfolg vor Zinsen und Steuern (EBIT)	217.8	216.7	205.8	202.7	188.9	170.7
in % des Nettoumsatzes	6.2	6.3	6.1	6.2	5.9	5.0
Personalbestand (auf Vollzeitbasis) per Jahresende	7'826	6'151	6'147	5'779	5'405	5'305



<sup>\*</sup>bereinigt um Sondereffekte des jeweiligen Geschäftsjahres

## Erfreuliches organisches Wachstum

#### Umsatz Konzern in CHF Millionen

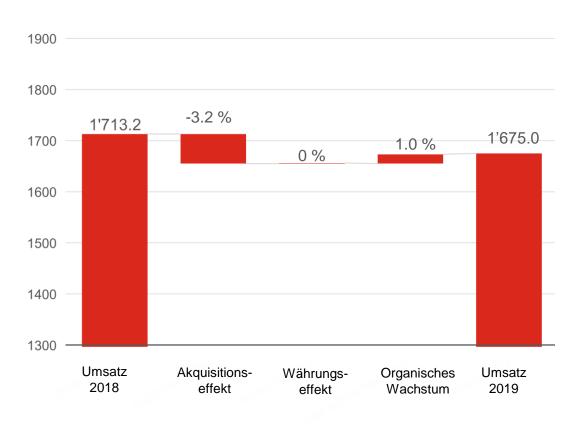


- Strategische Nischenmärkte wie italienische Dessertspezialitäten und Ziegenmilchprodukte als Wachstumstreiber
- Erfreuliches Wachstum von Emmi Caffè Latte in verschiedenen europäischen Märkten
- Wachstumsmärkte Lateinamerika und Nordafrika tragen wesentlich zum organischen Wachstum bei



# Heimmarkt mit gutem organischem Wachstum

Umsatz Division Schweiz in CHF Millionen



#### Molkereiprodukte

Umsatz CHF 686.6 Mio., +1.5 % (org. +2.7 %)

- Höhere Milchpreise per 1. Oktober 2019
- Höhere Absatzmengen von Milch und Rahmen trotz anhaltend markantem Preisdruck

### Frischprodukte

Umsatz CHF 336.0 Mio., -1.7 % (org. -0.1 %)

- Wachstumstreiber: Emmi Caffè Latte und Emmi Energy Milk
- Unbefriedigend bzw. starkes Vorjahr: Jogurt und Glace

#### Käse

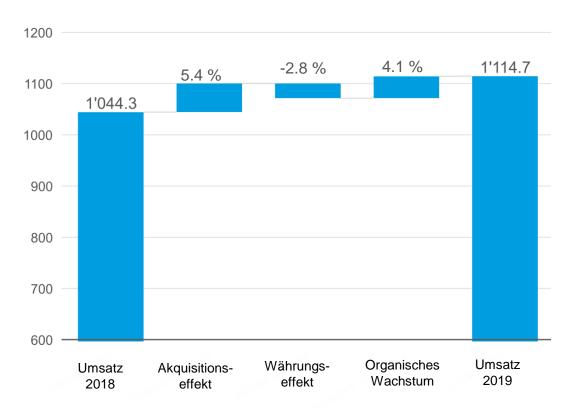
Umsatz CHF 427.1 Mio., -5.2 % (org. -0.1 %)

- Positive Entwicklung: Markenkonzepte wie Luzerner Rahmkäse, Der Scharfe Maxx oder Le Petit Chevrier
- Negative Entwicklung: verschiedene AOP-Käse



# Herausforderungen in Entwicklungsmärkten

#### Umsatz Division Americas in CHF Millionen



#### Käse

Umsatz CHF 493.7 Mio., +11.0 % (org. +5.1 %)

- Wachstum bei Emmi Roth in den USA und in Chile mit lokalen hergestelltem Kuhmilchkäse
- Positive Entwicklung des Ziegenkäsegeschäfts in den USA

#### Molkereiprodukte

Umsatz CHF 283.3 Mio., 0.0 % (org. +1.4 %)

- Hemmend: Soziale Unruhen in Chile, Milchknappheit in Tunesien
- Laktosefreie Produkte in Spanien unter grossem Konkurrenzdruck

#### Frischprodukte

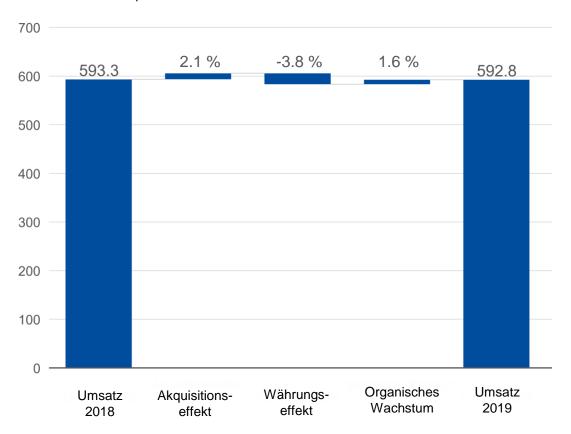
Umsatz CHF 202.9 Mio., -1.6 % (org. +3.0 %)

- Wachstum mit italienischen Dessertspezialitäten in Frankreich und lokalen hergestellten Desserts in Tunesien
- Emmi Caffè Latte mit einem starken Wachstum in Spanien



# Strategische Nischen und starke Marken als treibende Kräfte

Umsatz Division Europa in CHF Millionen



#### Frischprodukte

Umsatz CHF 271.5 Mio., +2.6 % (org. +3.5 %)

- Erfreuliches Wachstum von Emmi Caffè Latte in allen europäischen Märkten (am stärksten in Grossbritannien)
- Positive Entwicklung italienische Dessertspezialitäten

#### Käse

Umsatz CHF 121.0 Mio., -5.3 % (org. -2.7 %)

- Positive Entwicklung Spezialitätenkäse (z.B. Kaltbach in Deutschland)
- Rückläufige Käseexporte nach Italien (vor allem Emmentaler AOP)

#### Molkereiprodukte

Umsatz CHF 92.9 Mio., -14.8 % (org. -12.3 %)

Starker Umsatzrückgang bei der Gläsernen Molkerei







### Wir arbeiten an unserem Portfolio







Fabrik in Seymour (USA)

Closing 28.02.2019



Mehrheitsbeteiligung 70 %

Laticínios Porto Alegre (BRA)

Closing 24.10.2019





Mehrheitsbeteiligung 66 %

Leeb und Hale (AUT)

Closing 08.10.2019

MAI



Akquisition 100 %

**Pasticceria** Quadrifoglio (ITA)

Closing 31.10.2019

JUL





Zusammenschluss 37.8 %

Surlat und **Quillayes (CHL)** 

Closing 15.01.2020

JAN

Know-how-Zuwachs in der Herstellung von Blauschimmelkäse

Verlängerung Wertschöpfungskette

Zugang zu neuen Kunden (Detailhandel und Food-Service)

JUN

Präsenz in grossem Wachstumsmarkt stärken

Geographische Expansion

Erweiterung des Produktangebots

Produktportfolio mit Bio-Ziegenund Schafmilch stärken

Zugang zu neuen Kunden (v.a. Osteuropa)

Vergrösserung Know-how und Sortiment vegane Milchersatzprodukte (Hale)

Produktportfolio Spezialdesserts erweitern

Internationale Vertriebssynergien nutzen

Zugang zu neuen Kunden im Food Service dank breiter artisanaler Herstellkompetenz **AUG** 

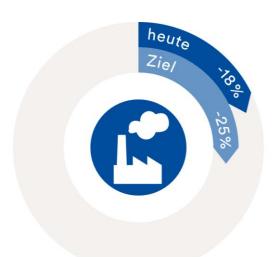
Stärkung Wachstumsmärkte

Stärkung Markengeschäft

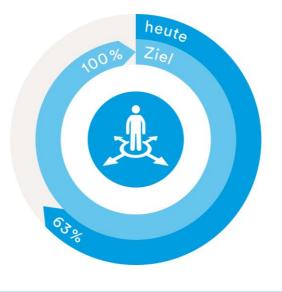




## Stand Nachhaltigkeitsarbeit









### Treibhausgase reduzieren

«Wir verpflichten uns, unseren globalen CO<sub>2</sub>-Ausstoss bis 2020 um 25 Prozent zu reduzieren.»

### **Nachhaltige Milch**

«Bis 2020 erfüllen alle Lieferanten von Schweizer Kuhmilch einen Katalog an Nachhaltigkeitsanforderungen.»

#### Mitarbeitende entwickeln

«Bis 2020 sind alle Mitarbeitenden in unsere Entwicklungsplanung integriert.»

### Verschwendung vermeiden

«Bis 2020 senken wir die Verschwendung von Nahrungsmitteln und Verpackungsmaterial weltweit um 20 Prozent.»



### Nachhaltigkeitsziele 2021 - 2027

### **Nachhaltige Milch**

Weiterentwicklung Schweizer Branchenstandard

100 % der Emmi Milchlieferanten weltweit produzieren nach einem Standard mit lokal überdurchschnittlichen Anforderungen

### Verschwendung vermeiden

Eigenen Abfall und Food Waste um 50 % reduzieren Kein Siedlungsabfall in Deponien Verpackungen 100 % rezyklierbar



### Wasserverbrauch senken

Eigenen Wasserverbrauch in Risikogebieten um 50 % senken (restliche Betriebe -15 %)

Wasserverbrauch in der Wertschöpfungskette reduzieren

### Treibhausgase reduzieren

60 % Reduktion in Scope 1&2

25 % Reduktion in Scope 3

Vision «Netto-Null 2050»

### Mitarbeitende entwickeln

100 % der Mitarbeitenden arbeiten aktiv an ihrer Weiterentwicklung

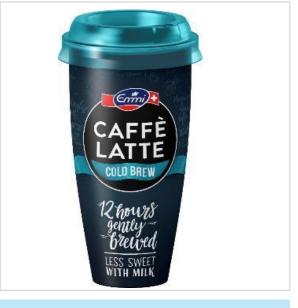
50 % aller offenen Stellen durch interne Kandidaten besetzen



### Verpackungen









### Vermeiden

Weglassen Stülpdeckel

### Reduzieren

Biedermann Bio Lassi dünne Folie anstatt massivem Deckel

### **Richtiger Plastik**

Sleeve von Emmi Caffè Latte von PS auf PET umstellen

### Kreislaufwirtschaft

Einsatz rezyklierbarer Verpackungen & Rezyklate

Innovationsplattform PRISMA





# Innovation konsequent entlang 7 Megatrends



THE NEW
COFFEE
EXPERIENCE





CASUAL FOOD





NEW FUNCTIONAL





FOOD AS IT SHOULD BE





INDULGENT ME TIME





PLANT BASED





PERSONALIZED FOOD SOLUTIONS





## 3 von 7 Megatrends







CASUAL FOOD



NEW FUNCTIONAL



FOOD AS IT SHOULD BE



INDULGENT ME TIME



PLANT BASED



PERSONALIZEI FOOD SOLUTIONS



















# The new coffee experience







### Die Nr. 1 in Europa

weiterer Ausbau in neuen Märkten

### **Ausbau Produktportfolio**

- Emmi Caffè Drink
   Almond Macchiato 230ml
- Emmi Caffè Latte
   High Protein Mr. Big 370ml

### Produktoptimierungen

- Reduktion Verpackungsgewichts
- Optimierung Materialien



### **Dessert Italia**







#### Innovationen

- Relaunch Marke Bontà Divina
- Kaffee Dessert "Barista"

#### Wachstum

- Strategische Märkte stärken
- Einstieg Foodservice (Akquisition Quadrifoglio)

### **Supply Chain**

- Logistikeffizienz steigern
- Nachhaltigkeitsaspekte stärken (Verpackungen optimieren, CO<sub>2</sub>)



# Markt für vegane Milchalternativen erschliessen







#### **Mandel basiert**

- Begetal von Kaiku
- beleaf von Emmi

#### **Kokos basiert**

My love my life von Hale

#### **Hafer basiert**

beleaf Getränk







#### NETTOUMSATZ BIS EBIT (AUSZUG)

### **Solides Resultat**

in CHF Millionen	2019	2018	∆ in %
Nettoumsatz	3'494.0	3'457.4	1.1
Bruttogewinn	1'266.6	1'252.9	1.1
in % des Nettoumsatzes	36.3	36.2	
Total Betriebsaufwand	-920.6	-905.4	1.7
in % des Nettoumsatzes	26.4	26.2	
EBITDA	352.9	352.8	0.2
in % des Nettoumsatzes	10.1	10.2	
Abschreibungen und Amortisationen	-135.4	-136.4	-0.8
EBIT	217.8	216.7	0.5
in % des Nettoumsatzes	6.2	6.3	

- Gute Bruttomarge +0.1 Prozentpunkte trotz hohem Preisdruck und negativem Währungseffekt dank konsequenter Arbeit am Portfolio:
  - Starke Markenkonzepte
  - Attraktive Nischen
  - Konsequente Rationalisierungsund Produktivitätsmassnahmen
- Solider EBIT im Rahmen der Erwartung; EBITDA- und EBIT-Marge -0.1 Prozentpunkte primär aufgrund höherer Aufwendungen für Logistik, Energie und Betriebsmaterial



# Höherer Logistikaufwand und Aufwand für Energie und Betriebsmaterial

in CHF Millionen	2019	2018	∆ in %
Personalaufwand	462.4	458.5	0.8
in % des Nettoumsatzes	13.3	13.3	
Marketing- und Verkaufsaufwand	129.9	127.9	1.5
in % des Nettoumsatzes	3.7	3.7	
Raumkosten, URE, Leasing	68.2	69.5	-1.9
in % des Nettoumsatzes	2.0	2.0	
Energie und Betriebsmaterialien	71.9	66.2	8.6
in % des Nettoumsatzes	2.1	1.9	
Logistikaufwand	112.8	108.0	4.5
in % des Nettoumsatzes	3.2	3.1	
Anderer Betriebsaufwand	75.4	75.3	0.2
in % des Nettoumsatzes	2.2	2.2	
Total Betriebsaufwand	920.6	905.4	1.7
in % des Nettoumsatzes	26.4	26.2	

- Energie und Betriebsmaterialien (+8.6 %) sowie der Logistikaufwand (+4.5 %) sind hauptverantwortlich für die im Verhältnis zum Umsatz überproportionale Zunahme des Betriebsaufwandes.
  - Akquisitionen sowie h\u00f6here Bezugsmengen und Preise f\u00fcr Energie
  - Steigende Produktionsvolumen und Transportkosten in einzelnen Ländern



## Tiefere (bereinigte) Reingewinnmarge

in CHF Millionen	2019	2018 reported	2018 bereinigt*	Δ
EBIT	217.8	216.7	216.7	1.1
Ergebnisanteil von assoz. Gesellschaften	-1.1	78.3	-1.1	-
Finanzergebnis	-6.8	-6.5	-6.5	-0.3
Ergebnis vor Steuern (EBT)	210.0	288.6	209.1	0.9
Ertragssteuern	-34.8	-50.2	-28.6	-6.2
Durchschnittliche Steuerrate in %	16.6	17.4	13.7	
Minderheitsanteile	-9.0	-5.0	-5.0	-4.0
Reingewinn	166.2	233.3	175.5	-9.3
in % des Nettoumsatzes	4.8	6.7	5.1	

- Reingewinn sank um CHF 9.3 Mio. bzw. -0.3 Prozentpunkten gegenüber bereinigtem Vorjahr
- Leicht höherer Nettofinanzaufwand (Fremdwährungsergebnis)
- Steuerquote von 16.6 % über dem bereinigten Vorjahr (13.7 %)
- Höherer Anteil von Minderheiten am Unternehmensergebnis



<sup>\*</sup>Bereinigt um den Sondereffekt aus dem Verkauf des Minderheitsanteils an «siggi's».

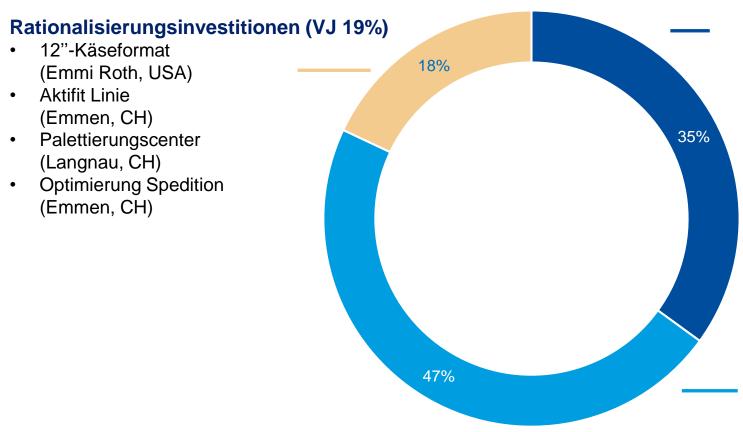
#### **GELDFLUSS**

## **Starke Cash Conversion**

in CHF Millionen	2019	2018	Δ
Geldfluss aus Betriebstätigkeit	303.3	291.9	11.4
Investitionen in Sachanlagen	-104.0	-80.3	-23.7
Investitionen in immaterielle Anlagen	-3.3	-4.5	1.2
Übrige Investitionstätigkeit	13.8	16.5	-2.7
Free Cashflow	209.8	223.6	-13.8
Geldfluss aus Akquisitionstätigkeit	-132.8	62.6	-195.4
Geldfluss aus Finanzierungstätigkeit und Einfluss aus Währungsumrechnung	-150.3	-47.4	-102.9
Nettoveränderung der flüssigen Mittel	-73.3	238.8	-312.1



## Investitionen 2019



#### **Erweiterungsinvestitionen (VJ 36%)**

- Neues Lagerhaus (Mexideli, Mexiko)
- Modernisierung Emmi Caffè Latte (Ostermundigen, CH)
- Neues Lagergebäude (Surlat, Chile)
- Produktionserweiterung Jogurt (Redwood Hill, USA)

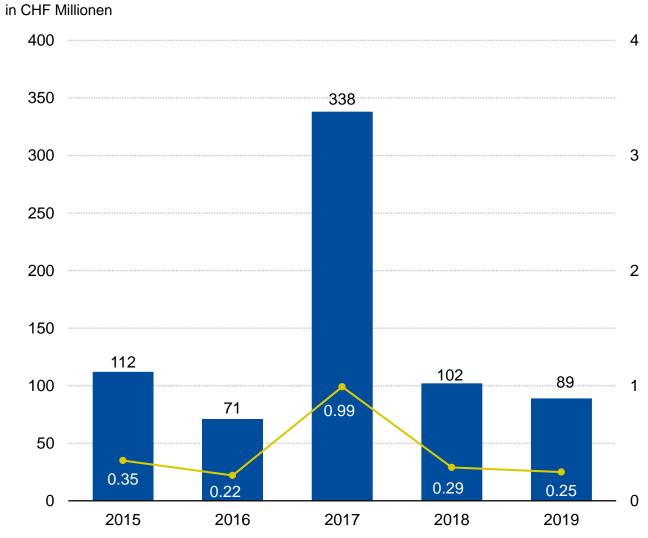
#### **Ersatzinvestitionen (VJ 45%)**

- Modernisierung Kälteanlage (Kirchberg, CH)
- Sanierung/Ausbau Tanklager (Dagmersellen, CH)
- Ersatz UHT Prozessanlage (Suhr, CH)
- Quark-Abfüllanlage (Emmen, CH)

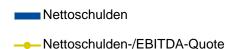
Gesamtinvestitionen 2019: CHF 106.0 Millionen



### **Starke Bilanz**



- Weitere Reduktion der Verschuldung auf 0.25x Nettoschulden/EBITDA
- Finanzierungspotenzial f
  ür weiteres Wachstum





## Neue Goodwill Policy ab Geschäftsjahr 2020

- Swiss GAAP FER bietet im Rahmen des Goodwill Accounting zwei Alternativen an:
  - Aktivierung und Amortisation über die Nutzungsdauer
  - Unmittelbare Verrechnung mit dem Eigenkapital im Akquisitionszeitpunkt
- Emmi hat Goodwill bisher aktiviert und über die Nutzungsdauer via Erfolgsrechnung amortisiert
- Die grosse Mehrheit der kotierten Swiss GAAP FER Anwender verrechnet Goodwill jedoch im Akquisitionszeitpunkt mit dem Eigenkapital. Diese Tendenz hat sich in den letzten Jahren klar verstärkt. Die Verrechnung mit dem Eigenkapital hat sich somit in der Praxis zum «üblichen Standard» entwickelt.
- Um die Vergleichbarkeit mit anderen Unternehmungen zu vereinfachen, hat sich Emmi entschieden, rückwirkend ab 1.1.2020 und damit für das Geschäftsjahr 2020 die Goodwill Accounting Policy auf «Verrechnung mit dem Eigenkapital» umzustellen.
- Dies wird im Geschäftsjahr 2020 ein Restatement der Vergleichszahlen erfordern.



## Erfolgsrechnung - Goodwill Restatement (ungeprüft)

(diagopi die)	Geschäftsjahr 2019	Geschäftsjahr 2019	Δ	Halbjahr 2019	Halbjahr 2019	Δ
Alle Beträge in CHF Mio.	publiziert	restated		publiziert	restated	
Nettoumsatz	3'494.0	3'494.0	-	1'663.3	1'663.3	-
EBITDA	352.9	352.9	-	159.6	159.6	-
EBITDA-Marge	10.1%	10.1%		9.6%	9.6%	
Abschreibungen auf Sachanlagen	-96.6	-96.6	-	-47.1	-47.1	-
Amortisationen auf immateriellen Anlagen	-38.8	-13.4	25.4	-19.1	-7.3	11.8
Auflösung Badwill	0.3	0.3	-	0.1	0.1	-
EBIT	217.9	243.3	25.4	93.5	105.3	0.0
EBIT-Marge	6.2%	7.0%	0.8 Pp	5.6%	6.3%	0.7 Pp
Anteil Ergebnis Assoziierte und JVs	-1.1	2.3	3.4	-	2.2	2.2
Finanzergebnis	-6.7	-6.7	-	-3.1	-3.1	-
ЕВТ	210.2	239.0	28.8	90.5	104.5	14.0
Ertragssteuern	-34.8	-35.5	-0.7	-14.5	-14.8	-0.3
Tax rate	16.6%	14.9%	-1.7Pp	16.0%	14.2%	-1.8 <b>P</b> p
Unternehmensgewinn inkl. Minderheitsanteile	175.4	203.5	28.1	76.0	89.7	13.7
Minderheitsanteile	-9.0	-9.0	-	-3.1	-3.1	-
Reingewinn	166.4	194.5	28.1	72.9	86.6	13.7
Reingewinn-Marge	4.8%	5.6%	0.8 Pp	4.4%	5.2%	0.8 Pp
Reingewinn pro Aktie	31.10	36.35	5.25	13.63	16.19	2.56

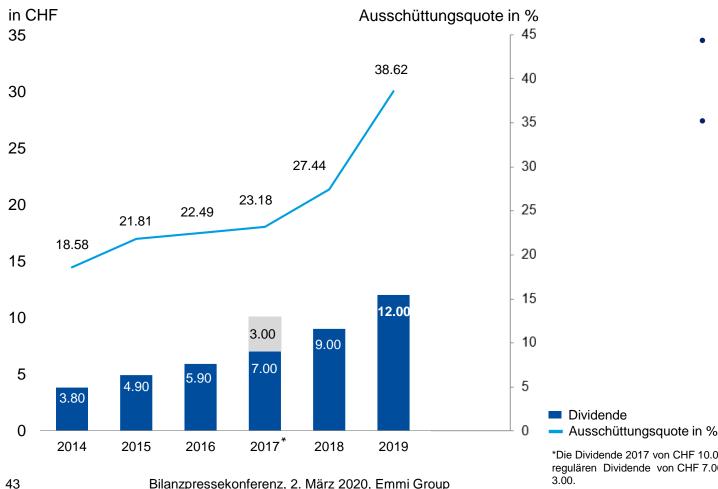


## Bilanz - Goodwill Restatement (ungeprüft)

	Geschäftsjahr 2019	Geschäftsjahr 2019	Δ	Halbjahr 2019	Halbjahr 2019	Δ
Alle Beträge in CHF Mio.	publiziert	restated		publiziert	restated	
Umlaufvermögen	1'293.2	1'293.2	-	1'257.9	1'257.9	-
Aktive latente Ertragssteuern	10.6	10.6	-	10.3	10.7	0.4
Übrige Finanzanlagen	34.5	34.5	-	88.5	88.5	-
Aktive Rechnungsabgrenzungen	6.7	6.7	-	3.1	3.1	-
Sachanlagen	976.5	976.5	-	884.9	884.9	-
Immaterielle Anlagen	543.8	60.8	-483.0	466.4	64.7	-401.7
Anlagevermögen	1'572.1	1'089.1	-483.0	1'453.2	1'051.9	-401.3
Total Aktiven	2'865.3	2'382.3	-483.0	2'711.1	2'309.8	-401.3
Kurzfristiges Fremdkapital	560.1	560.1	-	524.0	524.0	-
Rückstellungen	76.8	69.2	-7.6	72.1	64.5	-7.6
Übriges lfr. Fremdkapital	444.7	444.7	-	436.6	436.6	
Langfristiges Fremdkapital	521.5	513.9	-7.6	508.7	501.1	-7.6
Fremdkapital	1'081.6	1'074.0	-7.6	1'032.7	1'025.1	-7.6
Aktienkapital	53.5	53.5	-	53.5	53.5	-
Kapitalreserven	2.1	2.1	-	2.1	2.1	-
Gewinnreserven	1'634.3	1'158.9	-475.4	1'562.1	1'168.4	-393.7
Minderheitsanteile	93.8	93.8		60.7	60.7	
Eigenkapital	1'783.7	1'308.3	-475.4	1'678.4	1'284.7	-393.7
EK-Quote	62.3%	54.9%	-7.4Pp	61.9%	55.6%	-6.3Pp
Total Passiven	2'865.3	2'382.3	-483.0	2'711.1	2'309.8	-401.3



## Emmi steht für eine verlässliche Dividendenpolitik

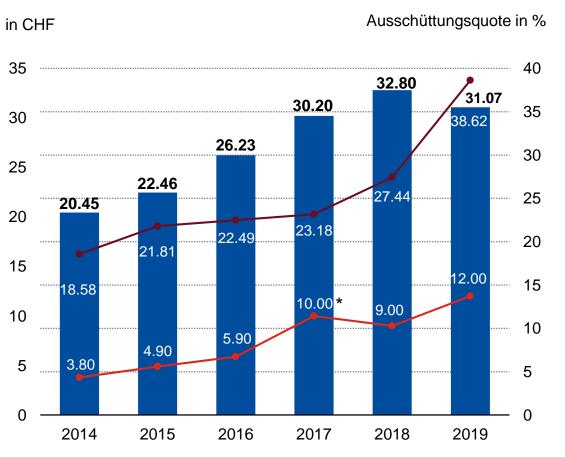


- Stetige Erhöhung der ordentlichen Dividende pro Aktie seit 2014
- Neu: Erhöhung Ausschüttungsquote auf 40 % - 50 % (bisher 25 % - 30 %); bzw. 35% - 45 % unter neuer Goodwill-Politik



<sup>\*</sup>Die Dividende 2017 von CHF 10.00 bestand aus einer regulären Dividende von CHF 7.00 und einer Jubiläumsdividende von CHF

## Dividende FY 2019



#### **Dividendenantrag FY 2019**

Antrag an die Generalversammlung: Dividende von CHF 12.00 (Vorjahr: CHF 9.00)

Seit 2009 ist die Dividende von CHF 3.00 auf CHF 12.00 gestiegen.

Bereinigte EPS

Bereinigte Ausschüttungsquote in %

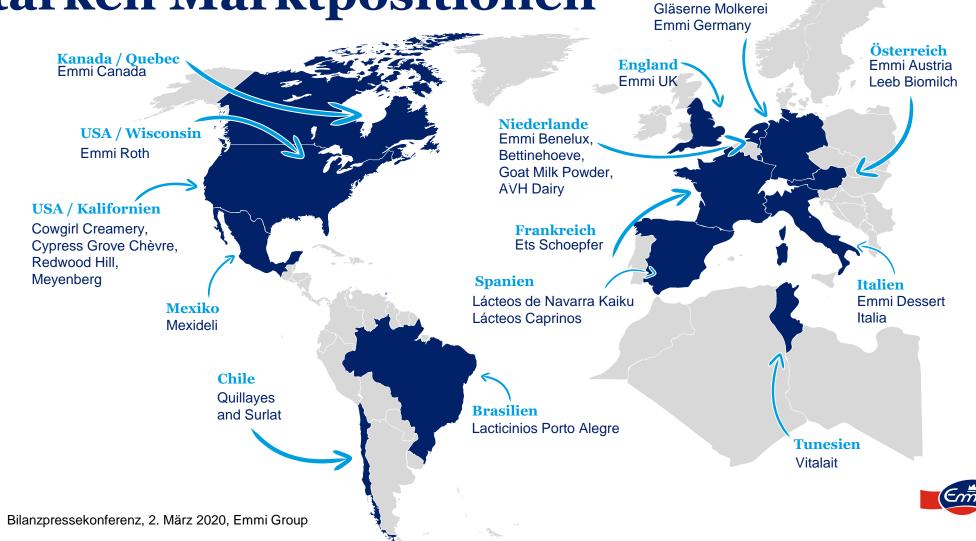
Dividende

<sup>\*</sup> Die Dividende 2017 von CHF 10.00 bestand aus einer regulären Dividende von CHF 7.00 und einer Jubiläumsdividende von CHF 3.00.

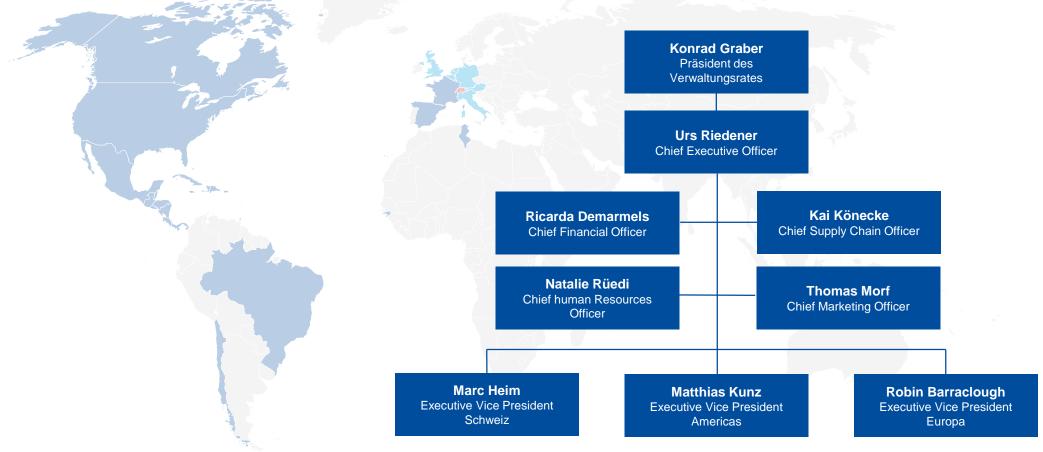




# Robust dank gut diversifiziertem Portfolio mit starken Marktpositionen Deutschland Gläserne Molkerei



## Umsetzungsstark dank marktorientierter Organisation und Expertise in der Gruppe





## Bewährte Konzepte





Fokus auf Nischen

Akquisitionen mit Wachstums- und Profitpotential



Etablierung von Premium-Spezialitäten



## Wichtige Initiativen





## Beeinflussende Faktoren

	Schweiz	International
Positiv	<ul> <li>Innovationserfolge</li> <li>Markenentwicklung</li> <li>Trendorientierte Produktkonzepte</li> <li>Emmi Operational Excellence</li> <li>Starke Kundenorientierung</li> </ul>	<ul> <li>Org. Wachstum über Trendkonzepte z.B. Roth, Kaltbach, Emmi Caffè Latte</li> <li>Märkte: USA, Tunesien, Chile, Mexiko, Brasilien</li> <li>Wachstum in Nischen</li> <li>Emmi Operational Excellence (Tunesien, Spanien, USA, Chile, Italien)</li> <li>Synergiepotenziale bewirtschaften</li> </ul>
Einschränkend	<ul> <li>Markanter Preisdruck</li> <li>Auslastungs- und Rentabilitätsprobleme bei Kunden und Konkurrenten</li> <li>Es entstehen laufend neue Produktionskapazitäten</li> <li>Starker Franken verschafft den Importen Vorteile</li> </ul>	<ul> <li>Situation Biomilch DE mit grossem Einfluss auf Gläserne Molkerei</li> <li>Kostenentwicklung bei Rohstoffen, Energie, Logistik, Personal</li> <li>Milchmangel in Tunesien</li> <li>Makroökonomische Verwerfungen</li> <li>Politische Risiken in Chile</li> <li>Volatilität des Marktes Brasilien</li> </ul>







## Leicht steigendes Betriebsergebnis auf Stufe EBIT

#### Organisches Wachstum, Ertragsziele

Umsatz Gruppe	2 % bis 3 %
Umsatz Division Schweiz	0 % bis 1 %
Umsatz Division Americas	4 % bis 6 %
Umsatz Division Europa	1 % bis 3 %
EBIT in CHF Millionen	255 bis 265
Reingewinnmarge	4.8 % bis 5.3 %

(Angaben unter Annahme konstanter Fremdwährungskurse und Rohmilchpreise)

Nach bisheriger Goodwillpolitik hätte die EBIT Prognose auf CHF 225 bis 235 Millionen gelautet und die Reingewinnmarge wäre mit 4.0 % bis 4.5 % prognostiziert worden.



## Organisches Wachstum realistisch

Umsatz Gruppe	2 % bis 3 %
Umsatz Division Schweiz	0 % bis 1 %
Umsatz Division Americas	4 % bis 6 %
Umsatz Division Europa	1 % bis 3 %
Reingewinnmarge	5.5 % bis 6.0 %

(Angaben unter Annahme konstanter Fremdwährungskurse und Rohmilchpreise)

Nach bisheriger Goodwillpolitik wäre die Mittelfristprognose für die Reingewinnmarge bei 4.7 % bis 5.2 % beibehalten worden.





## Herzlichen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.

Emmi Landenbergstrasse 1 6002 Luzern Emmi.com